

Kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Kepercayaan merek adalah kepercayaan konsumen bahwa merek yang mereka inginkan dapat diandalkan, memberikan jaminan tidak merugikan dan kinerjanya sangat bermanfaat. Kepuasan konsumen dan kepercayaan merek mempunyai pengaruh pada loyalitas konsumen. Pelanggan yang loyal adalah seseorang yang melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, memberitahukan kepada pelanggan lain dari mulut ke mulut. Perusahaan harus lebih cermat dalam melihat peluang untuk mempertahankan konsumennya. Upaya mempertahankan loyalitas konsumen terhadap merek merupakan upaya yang lebih efektif dibandingkan dengan upaya menarik konsumen baru. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen terhadap suatu merek produk sangatlah dibutuhkan oleh perusahaan. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen pada produk oli pelumas mesin PT. Pertamina (Persero) Enduro 4T. Jenis penelitian adalah survei dengan mengambil populasi konsumen produk oli pelumas mesin PT. Pertamina (Persero) Enduro 4T di Kabupaten Sleman. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang dipakai adalah *non probability sampling*. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner. Dalam menganalisis data yang telah diperoleh penulis menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen; 2) Kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen 3) kepuasan konsumen dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: kepuasan konsumen, kepercayaan merek, loyalitas konsumen